

2011-2015年中国茶叶行业 运营状况分析与投资前景研究报告

报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

www.bosidata.com

报告报价

《2011-2015年中国茶叶行业运营状况分析与投资前景研究报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.bosidata.com/linye1112/U151043NGX.html>

【报告价格】纸介版6800元 电子版7000元 纸介+电子7500元

【出版日期】2011-12-05

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服务热线：400-700-3630(免长话费) 010-57272732/57190630

博思数据研究中心

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，格式美观性可能有欠缺；实际报告排版规则、美观。

说明、目录、图表目录

博思数据研究中心 <http://www.bosidata.com>

报告说明:

博思数据研究中心发布的《2011-2015年中国茶叶行业运营状况分析与投资前景研究报告》主要依据国家统计局、国家商务部、国家海关总署、中国茶叶流通协会、中国茶叶学会、中国经济景气监测中心、中国茶叶商情、国内外相关刊物的基础信息以及茶叶行业研究单位等公布和提供的大量资料，结合深入的市场调查资料，对我国茶叶行业的市场发展现状、市场前景、主要生产和销售市场、茶叶市场的竞争格局、茶叶领先企业等进行了研究，并对未来茶叶行业发展的整体环境及发展趋势进行探讨和研判，最后在前面大量分析、预测的基础上，研究了茶叶行业今后的发展与投资策略，并重点分析了茶叶市场产量、国内外、进出口销售状况，现阶段中国茶业面临的问题，以及一些前沿的策略。为我国茶叶生产、贸易、销售，对茶叶企业在市场竞争中洞察先机，根据市场需求及时调整经营策略。

茶是世界三大饮料之一，而中国是世界茶产量第一大国、茶出口第二大国。从国内来看，喝茶已成为多数中国人的一种生活习惯，茶已成为社会生活中不可缺少的健康饮品和精神饮品，而且，随着人们健康消费观念的普及，茶正在被越来越多的人接受、喜爱和追求。从国际需求来看，中国茶出口一直保持稳定增长态势。

2010年中国茶叶总产量为141.3万吨，茶叶总产值为558.5亿元人民币；其中茶叶出口量月30.24万吨，茶叶出口总额7.84亿美元；中国国内2010年消耗的茶叶总和为111.06万吨，人均消耗约0.75公斤茶叶。

在未来几年里，中国茶叶消费将呈现多样化趋势，“红茶”会备受青睐。茶叶质量安全门槛越来越高。普洱茶将会“触底反弹”，市场倾向名优茶。茶叶品牌化和特色茶文化将成为营销主流。要提高茶叶附加值，加强科技创新和产业化生产。茶叶价格整体将趋向平稳。全球茶叶贸易的四分之三是红茶。中国茶叶出口以绿茶为主，2008年出口22.3万吨，是世界第一大绿茶出口国。欧美一些国家的消费者越来越青睐绿茶，给中国扩大茶叶出口带来新的机遇。我国茶叶企业应当要加大高优生态茶园建设力度，重视茶叶食品安全与绿色环保包装，进一步培育打造茶叶品牌，提高茶叶企业的市场竞争力，推广先进适用技术，进一步占领国内市场，加大营销网点建设，在国内各大茶叶市场做好的茶叶专卖店和连锁超市建设工作，同时加强产品监管力度，加强有机产品质量认证和出口基地备案。

第一章 茶叶行业发展概述

第一节 茶叶的概念

一、茶叶定义

二、茶叶的分类

三、中国茶文化

四、茶叶基本成份及功效

第二节 中国茶叶市场特性

一、茶叶产品的多样性

二、商品茶价格的模糊性

三、市场通路的波动性

四、茶叶品牌的可塑性

五、包装茶的盈利性

第二章 全球茶叶市场发展分析

第一节 全球茶叶市场当前形势与市场发展

一、2010年全球茶叶生产情况分析

二、2010年全球茶叶出口情况分析

三、2010年全球茶叶进口情况分析

四、传统的茶消费市场分析

第二节 2011年全球茶叶市场发展状况

一、2011年全球茶叶价格走势

二、2011年国际市场对中国茶叶需求

三、2011年美国与加拿大茶叶市场分析

三、2011年欧洲茶叶市场分析

四、2011年越南茶叶出口形势及预测

五、2011年俄罗斯茶叶市场发展预测

六、尼日利亚茶叶产业现状及合作建议

七、2011年肯尼亚货币贬值刺激茶叶出口

八、2011年阿联酋茶叶年消费预计

第三章 我国茶叶行业发展分析

第一节 2010-2011年茶叶行业发展状况

一、我国茶叶行业发展概况

二、中国茶产业遭遇困境的原因

- 三、2011年中国茶叶向电子商务发展分析
- 四、2011年茶叶行业的产业升级情况
- 五、2011年调查显示我国茶叶质量总体稳定

第二节2011年茶叶行业品牌发展分析

- 一、中国茶叶品牌概述
- 二、中国茶叶从品类转型成为品牌
- 三、中国茶叶品牌现状分析
- 四、中国茶市场品牌发展分析
- 五、中国茶叶品牌前景分析
- 六、茶业品牌实现永续发展的策略

第三节 中国茶叶产业化发展阻碍与机遇

- 一、中国茶业发展概况
- 二、中国茶业的发展弊端
- 三、中国茶叶产业化的关键
- 四、中国茶叶产业化最可能的突破口

第四章 我国茶叶市场发展研究

第一节 我国茶叶产业产销情况分析

- 一、茶叶标准不断完善
- 二、生产基地多通过无公害认证
- 三、有机茶种植面积扩大

第二节2011年茶叶价格走势分析

- 一、2011年春茶生产及收入情况
- 二、2011年茶叶批发价格行情

第三节 我国茶叶品牌分析

- 一、我国茶叶品牌状况
- 二、中国茶叶的品牌效益分析
- 三、我国茶叶重产地轻品牌造成的问题
- 四、破解我国茶叶品牌僵局探讨
- 五、我国茶叶品牌发展策略分析

第五章2010-2011年茶叶行业经济运行数据分析

第一节2010-2011年中国精制茶加工产销情况

- 一、2010-2011年中国精制茶加工业产成品
- 二、2010-2011年中国精制茶加工业主营业务收入
- 三、2010-2011年中国精制茶加工业销售产值

第二节2010-2011年中国精制茶加工业资产负债情况

- 一、2010-2011年中国精制茶加工业资产总计
- 二、2010-2011年中国精制茶加工业负债合计

第三节2010-2011年中国精制茶加工行业规模情况

- 一、2010-2011年中国精制茶加工业企业单位数
- 二、2010-2011年中国精制茶加工业全部从业人员平均人数

第四节2010-2011年中国精制茶加工行业效益情况

- 一、2010-2011年中国精制茶加工业利润总额
- 二、2010-2011年中国精制茶加工业利润总额比上年同期增长

第五节2010-2011年中国精制茶加工业亏损情况

- 一、2010-2011年中国精制茶加工业亏损单位数
- 二、2010-2011年中国精制茶加工业亏损企业亏损总额

第六节2010-2011年中国精制茶加工业不同经济类型企业主要经济指标

- 一、2010-2011年中国精制茶加工业国有企业主要经济指标
- 二、2010-2011年中国精制茶加工业集体企业主要经济指标
- 三、2010-2011年中国精制茶加工业股份合作企业主要经济指标
- 四、2010-2011年中国精制茶加工业股份制企业主要经济指标
- 五、2010-2011年中国精制茶加工业私营企业主要经济指标
- 六、2010-2011年中国精制茶加工业外商和港澳台投资企业主要经济指标
- 七、2010-2011年中国精制茶加工业其它经济类型企业主要经济指标
- 八、2010-2011年中国精制茶加工业全部经济类型企业主要经济指标

第六章 我国茶叶产量及进出口分析

第一节 我国茶叶产量分析

- 一、2010年中国茶叶生产情况
- 二、2010年精制茶产量分析
- 三、2011年精制茶产量分析

第二节2010年我国茶叶出口情况

一、2010茶叶出口金额创新高

二、2010茶叶出口特点

第三节2011年中国茶叶的海外机会与挑战

一、2011年我国茶叶出口情况

二、中国茶叶出口面临的问题分析

三、欧洲对中国茶叶颇具前景的挑战

四、中国茶叶在俄罗斯的问题与前景

五、世界茶叶的人均消费量

六、英国的茶叶消费量

七、中国茶产业迎来新契机

八、中国茶叶出口不利因素

九、袋装茶和红茶可成为中国茶叶出口新方向

第四节2010-2011年中国茶叶出口市场分析

一、2010年我国对俄罗斯茶叶出口市场情况

二、2010年我国对美国茶叶出口市场情况

三、2010年我国对非洲茶叶出口市场情况

四、2010年我国对中东茶叶出口市场情况

五、2010年我国对欧盟茶叶出口市场情况

六、2011年我国对巴基斯坦茶叶出口市场情况

第五节2011年中国茶叶出口欧盟市场面临新壁垒及对策

一、2011年茶叶出口欧盟市场面临新壁垒

二、国内茶叶出口企业反应情况分析

三、茶叶出口如何跨过新门槛

第七章 我国茶叶行业细分市场分析

第一节 绿茶

一、绿茶介绍

二、日照绿茶行业发展分析

三、2011年日照市绿茶发展情况

四、贵州省绿茶种植面积位居全国首位

五、2011年崂山绿茶实施国家标准

六、2011年绿茶逐渐获得欧洲消费者青睐

第二节 红茶

- 一、红茶介绍
- 二、世界红茶生产分布
- 三、2011年红茶呈现良好发展态势
- 四、红茶是世界上生产量、贸易量、消费量最大宗茶类
- 五、2011年红茶复兴曙光已现

第三节 白茶

- 一、白茶介绍
- 二、安吉白茶起源与特异性状
- 三、安吉白茶发展策略分析
- 四、2011年福建大力推广福鼎白茶

第四节 乌龙茶（青茶）

- 一、乌龙茶介绍
- 二、乌龙茶的发展与演变
- 三、台湾乌龙茶的发展及其文化特色

第五节 花茶

- 一、花茶介绍
- 二、花茶的未来发展方向
- 三、2010年中国茉莉花茶发展分析
- 四、2011年福州市荣膺国际茉莉花茶发源地称号

第六节 普洱茶

- 一、普洱茶介绍
- 二、普洱茶产业的市场分析
- 三、云南普洱茶标准升级为国家标准
- 四、普洱茶规范发展情况
- 五、2011年普洱茶产业将进入群雄并起时代
- 六、中国普洱茶走向世界面临诸多挑战

第八章 茶叶区域市场情况分析

第一节 云南省

- 一、2010年云南省茶叶产业发展现状分析
- 二、2010年云南茶叶价格和销量持续回升

- 三、2011年云南强化茶叶新产品开发和深加工
- 四、2011年云南茶叶跨越发展 欲进军高端市场
- 五、2011年云南茶业国际化路径探索

第二节 贵州省

- 一、贵州余庆县茶叶产业发展现状分析
- 二、贵州茶叶销售的关键要素
- 三、贵州茶叶品牌策划与发展分析
- 四、2011年贵州茶产业再上新台阶 全州茶叶面积共达52.7万亩
- 五、2011年贵州加强茶叶监管确保茶产业健康发展
- 六、2011年贵州将建茶叶标准体系

第三节 四川省

- 一、四川茶叶发展的现状
- 二、四川茶叶发展的优势
- 三、四川茶叶发展存在的主要问题
- 四、四川茶叶发展的建议
- 五、2011年四川打造全国知名茶叶品牌
- 六、2011年四川建设现代茶叶产业基地
- 七、2011年上半年四川茶叶产值58亿元
- 八、2015年四川力争茶叶产值超百亿元

第四节 福建省

- 一、2010年福建茶叶年产量情况
- 二、2011年福建茶叶出口形势
- 三、2011年福建拟建茶叶质量可追溯制度
- 四、2015年福建省茶叶营销额预测

第五节 浙江省

- 一、浙江省茶叶产业协会发布2011年计划
- 二、2011年浙江省茶叶出口
- 三、2011年新昌茶业发展打造中国最大茶叶交易市场
- 四、浙江茶叶产业化经营发展的因素及策略

第六节 湖南省

- 一、湖南省茶业现状分析
- 二、2011年湖南省茶叶出口升至全国第二

三、2011年湖南开发高端黑茶 打造茶叶强省

四、促进湖南省茶叶产业发展对策和建议

第七节 山东省

一、山东省茶叶生产现状

二、山东省茶叶生产中存在的主要问题

三、山东省茶产业发展之对策

四、2011年山东有机茶抢占高端茶叶市场

第八节 安徽省

一、2011年安徽省大力支持茶叶产业发展

二、2011年安徽茶叶出口量居国内第三

三、2011年安徽省茶叶出口增长利润被压缩

四、截至2011年8月11日安徽省茶叶质量抽查合格率

第九章 中国茶叶消费市场分析

第一节 我国茶叶消费分析

一、我国茶叶市场的多元化消费分析

二、我国茶叶消费市场发展方向

三、茶叶的消费者心态透析

第二节 2010-2011年我国茶叶消费的变化

一、茶叶消费迎来品牌时代

二、我国茶叶消费“口味”发生变化

三、中国茶叶消费的方式正日趋多元化

四、人们买茶已从看价格转为看品质

五、2011中国茶叶调查报告

第三节 茶叶消费者调查研究

一、调查说明

二、您平时喝什么品种茶叶

三、您泡（喝）茶频率

四、您通常在哪里喝茶

五、您懂得鉴别茶叶的质量、档次吗

六、您平常泡（喝）茶的茶叶来源

七、您泡茶原因为何

- 八、您平常是否有购买茶叶习惯
- 九、您平均多久购买茶叶
- 十、您每次买多少茶叶
- 十一、您可接受的茶叶价格每斤在多少钱
- 十二、您买茶叶时主要考虑哪些因素
- 十三、您通常在哪里买茶叶
- 十四、您的茶叶相关资讯来源

第四节 茶叶市场消费趋势分析

- 一、茶叶市场发展规律及一般特点
- 二、发展优质绿茶最有重大战略意义
- 三、袋泡茶及茶叶精深加工将成为茶业新的经济增长点

第十章 我国茶叶营销及策略分析

第一节 茶业企业打造区域品牌的策略

- 一、研究市场且找准定位
- 二、建立多家连锁店并实现无缝化覆盖
- 三、大力宣传品牌
- 四、要注重提升品牌的美誉度和忠诚度
- 五、中国茶叶奢侈化需从标准制定开始

第二节 打造我国出口茶品牌的战略

- 一、我国茶叶品牌急需要战略规划
- 二、我国出口茶品牌存在的现实问题
- 三、实施茶叶出口商标战略的企业优劣势分析
- 四、实现茶叶品牌的战略
- 五、制定和实施品牌战略规划的要害

第三节 茶叶新营销策略分析

- 一、抛弃陈腐的茶叶经营观念
- 二、进行市场调研找出选择的方向
- 三、仔细进行筛选和细化
- 四、分析自身的能力和资源匹配度
- 五、分析竞争对手的产品力位置和优势
- 六、确定企业产品竞争力的建立模型

七、进行市场验证

第十一章 茶叶行业竞争格局分析

第一节 茶叶行业竞争结构分析

一、行业内现有企业的竞争

二、新进入者的威胁

三、替代品的威胁

四、供应商的讨价还价能力

五、购买者的讨价还价能力

第二节 中国茶叶产业竞争力的SWOT分析

一、优势241

二、劣势242

三、机遇243

四、威胁243

第三节 中国茶叶产业国际竞争力分析

一、国际市场占有率

二、显示比较优势指数

三、贸易竞争力指数

第四节 2010-2011年茶叶产业竞争格局

一、中国茶叶与外国茶叶竞争现状

二、中国茶叶市场遭洋茶挑战

三、2011年度中国茶叶行业百强企业名单

四、2011年茶叶产业竞争形势

五、2011年出口形势及竞争分析

第十二章 茶叶企业竞争策略分析

第一节 领先者市场竞争策略

一、维护高质量形象

二、扩大市场需求总量

三、保护市场份额

四、扩大市场份额

第二节 挑战者市场竞争策略

一、正面进攻

二、侧翼攻击

三、包围进攻

四、迂回攻击

五、游击战²

第三节 提高我国茶叶国际市场竞争力的策略

一、中国茶叶国际市场竞争力现状

二、提高我国茶叶国际市场竞争力策略分析

三、微波加工技术可有效提高茶叶的市场竞争力

第四节 我国绿茶出口竞争战略思考

一、以质取胜战略

二、品牌战略

三、创新战略

第十三章 主要茶叶企业竞争分析

第一节 中国茶叶股份有限公司

一、公司概况

二、公司茶叶品牌

三、公司发展战略

第二节 浙江省茶叶集团有限公司

一、公司概况

二、2011年公司动态

三、公司被评定为中国茶叶企业信用等级AAA级企业

第三节 湖南省茶业有限公司

一、公司概况

二、2011年公司跃居中国茶叶行业百强企业第二

第四节 安徽茶叶进出口有限公司

一、公司概况

二、公司品牌建设的主要举措

三、公司产品介绍

第五节 上海天坛国际贸易有限公司

一、公司概况

二、公司茶叶品牌介绍

第六节 云南下关沱茶（集团）股份有限公司

一、公司概况

二、2011年公司动态

第七节 昆明七彩云南庆沣祥茶业股份有限公司

一、公司概况276

二、公司产品介绍277

第十四章 2011-2015年茶叶行业发展趋势分析

第一节 2011-2015年中国茶叶企业的扩张趋势分析

一、中国茶叶企业要进行转型

二、中国茶叶企业要做好的升级

第二节 2011-2015年中国茶叶市场发展趋势

一、2011年茶叶市场发展趋势预测

二、红茶受到消费者的追捧，走势较好，绿茶逐渐增长，普洱回归尚需时日

三、由于受金融危机影响，企业团购受到一定程度的影响

四、茶叶销售向品牌企业集中的速度加快

五、茶叶销售方式和渠道正在发生变化。品牌专卖店将成为重要的形式

六、茶叶消费多样，消费人群呈年轻化倾向

七、茶叶消费的地域性正在被逐渐打破

八、2011茶文化营销仍然是主要的营销手段

九、国内国外不同的检测标准，将促使人们对茶叶的质量要求越来越高

十、大量川茶将成为江浙名牌茶叶的原料

十一、茶饮料市场前景大

第十五章 2011-2015年茶叶行业发展预测

第一节 2011-2015年中国茶叶市场发展动向

一、茶叶消费多样化趋势

二、国内外市场的质量安全门槛越来越高

三、海峡两岸茶业交流日益红火

四、普洱茶发展尚需努力培育市场

五、市场倾向名优茶

六、突出特色茶文化及营销制胜

七、科技创新、产业化生产及提高茶叶附加值

八、2011年中国茶叶产销预计

九、“十二五”期间我国茶叶生产要控面积提效益

十、2015年我国茶叶出口稳居全球第一

第二节 2011-2017年世界茶叶产业发展预测

一、2011年全球绿茶、红茶出口趋势

二、2017年世界红茶产量预测

三、2017年世界绿茶产量预测

四、2017年世界红茶的出口量预测

五、2017年世界绿茶的出口量预测

第十六章 2011-2015年茶叶行业投资环境分析

第一节 经济环境分析

一、2011年宏观经济运行指标分析

二、2011-2015年中国经济发展预测

第二节 政策环境分析

一、2008年《出口茶叶质量安全控制规范》的实施

二、2008-2009年质量新标准茶叶出口的应对策略

三、中国出口茶叶质量安全规范

四、2009-2015年全国茶叶重点区域发展规划

第三节 社会环境分析

一、全国人口数及其构成

二、2010年全国居民收入情况分析

三、2011年消费者信心指数

第十七章 2011-2015年茶叶行业投资机会与风险

第一节 中国茶叶市场投资机会

第二节 茶产业在发展过程中存在的问题

一、产业化水平低

二、对茶业投入少

三、尚未形成真正的优势品牌

四、出口市场单一

第三节 茶产业的风险因素分析

一、经营风险

二、行业风险

三、市场风险

四、政策性风险

第十八章 2011-2015年茶叶行业发展战略研究

第一节 2011-2015年我国茶叶企业发展策略

一、坚守核心文化，聚焦战略主业

二、构建优质渠道，确保分销效能

三、整合优质资源，创造明星产品

四、提升经营能力，善用人才资源³

五、采取有效措施，战胜全球挑战

第二节 茶叶行业发展战略研究

一、确定茶企发展战略

二、提高茶企领导者能力

三、强化茶企核心能力

四、完善茶企组织建设

五、弘扬茶企文化

通过《2011-2015年中国茶叶行业运营状况分析与投资前景研究报告》，生产企业及投资机构将充分了解产品市场、原材料供应、销售方式、市场供需、有效客户、潜在客户等详实信息，为研究竞争对手的市场定位，产品特征、产品定价、营销模式、销售网络和企业发展提供了科学决策依据。

详细请访问：<http://www.bosidata.com/linye1112/U151043NGX.html>